

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐ  
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร  
**Factors Influencing the Purchasing Decision of State Bank Customers'  
Savings Lotteries in Bangkok**

ชญาณภา ทองพรม  
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Chayanapha Thongprom

Email: maychaya636@gmail.com

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและต้องการซื้อสลากออมทรัพย์จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test และใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคาร

ของรัฐไม่ต่างกัน (2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจซื้อ; สลากออมทรัพย์ออกโดยธนาคารของรัฐ; ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

## **ABSTRACT**

The objectives of this study were (1) to study the factors affecting the decision to purchase savings lotteries issued by state banks among the population in Bangkok, (2) to study the factors affecting the decision to purchase savings lotteries issued by state banks among the population in Bangkok classified by demographic factors, (3) to study the relationship between marketing mix factors and factors affecting the purchasing decision of savings lotteries issued by state banks among the population in Bangkok. The sample group for this research consisted of 400 investors residing in Bangkok with previous experience in savings lottery investments. Data were collected using a questionnaire divided into two parts: (1) descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and (2) inferential statistics such as t-test, One-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The hypothesis testing results indicated that (1) Demographic factors such as gender, age, marital status, education level, and income did not significantly influence the factors affecting individuals' decisions to purchase savings lotteries issued by state banks in Bangkok. (2) The marketing mix elements of personnel, service process, and physical environment significantly influenced Bangkok residents' decisions to purchase savings lotteries issued by state banks. However, product, price, distribution channels, and promotion had no significant impact on their purchase decisions.

**Keywords:** Purchase decision; Savings lotteries issued by state banks; Marketing mix factors

## บทนำ

เงิน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ในการดำรงชีวิต เราควรมีการวางแผนทางการเงินที่ดี เพราะมีผลกับเราในระยะยาว เป็นตัวช่วยในการอำนวยความสะดวกในชีวิตของเราในหลายๆด้าน และหากไม่ได้มีการวางแผนทางการเงินที่ดี อาจจะทำให้เราประสบปัญหาทางการเงินได้ ควรศึกษาในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวเงิน การออม การลงทุนในด้านต่างๆ สลากออมทรัพย์ ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการออมเงิน เป็นการฝากเงินกับธนาคาร ได้ทั้งดอกเบี้ยพร้อมเงินต้นคืนเมื่อฝากครบกำหนดอายุสลาก และได้ลุ้นรางวัลสลากในทุกเดือน คนที่เหมาะสมกับการซื้อสลากออมทรัพย์ คือคนที่ต้องการออมเงิน ยอมรับผลตอบแทนที่น้อยกว่าได้ ไม่ต้องการสูญเสียเงินต้น ไม่มีปัญหาเรื่องการขาดสภาพคล่องในการใช้เงิน และคนที่ชอบลุ้นโชครางวัลใหญ่ สลากออมทรัพย์ก็ถือเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ดี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดในการวิจัย คือ ศึกษาจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ว่ามีความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใดต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดว่ามีผลต่อบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทำให้ธนาคารของรัฐ สามารถนำข้อมูลวิจัยไปศึกษาต่อเพื่อพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การบริการ ปรับแผนกลยุทธ์และแผนการตลาด เพื่อเพิ่มผลประกอบการให้องค์กร และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและต้องการซื้อสลากออมทรัพย์

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม - กรกฎาคม พ.ศ. 2567

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ตัวแปรอิสระ

#### ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

#### ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการให้บริการ
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

### ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออก  
โดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) อ่างใน พิตติยานัน แสงทอง (2563) การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์

โดยถือ เกณฑ์เช่น เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา ยุคสมัย อายุ ขั้นตอนในวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Armstrong, 2015) หรือเป็นการแบ่งส่วนตลาดตามขนาด โครงสร้างและการกระจายของประชากร การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด**

กิตติยา บัณฑิต (2558) ได้สรุปแนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยทางการตลาดในด้านต่างๆที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจจะนำปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ มาใช้รวมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ**

Kotler and Keller (2016) อังไน ศรัณย์ ทันทานนท์ (2565) ได้นิยามว่า ความตั้งใจซื้อ เป็นสภาวะที่บุคคลมีความตั้งใจ ที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยการตั้งใจดังกล่าวเกิดจากการผ่านกระบวนการประเมินตามขั้นตอน ตามลำดับ ดังนี้ 1) การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem/Need Recognition) สภาวะที่มาจากสิ่งที่ต้องการ (Needs) ส่งผลจากแรงกระตุ้น 2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) หากเกิดความต้องการบริโภค ผู้ซื้อสินค้าและบริการจะทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่สามารถหาได้ เพื่อนำมาพิจารณาในการเลือก 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นวิธีเปรียบเทียบชนิด สินค้า ยี่ห้อ รูปแบบ ราคา ประโยชน์ เป็นต้น 4) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) วิธีพิจารณาชอบหรือไม่ ชอบสินค้าและบริการหลังการขาย เพื่อเปรียบเทียบว่าตรงตามความคาดหวังจากผู้บริโภคหรือไม่ ถ้าผู้บริโภคพอใจก็สามารถบอกต่อหรือซื้อซ้ำได้ แต่ถ้าหากผู้บริโภคไม่พึงพอใจก็จะทำให้เสียผู้บริโภคให้คู่แข่งได้

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

กิตติยา บัณฑิต (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านสถานภาพและระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัด

จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลิกภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์และมีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสลากออมสิน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ระเบียบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SPSS

### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่ซื้อสลากออมทรัพย์ได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน หรือ  $\infty$  (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้า ทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ เพื่อให้ได้ความหมายของตัวแปรแต่ละตัว เพื่อที่จะสามารถใช้วัดผลได้อย่างชัดเจน

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างข้อคำถามที่มีความครอบคลุม สัมพันธ์กับนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวัดผล

4. ดำเนินการจัดทำร่างแบบสอบถามโดยอ้างอิงจากนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประชากร ซึ่งจะประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ ซึ่งจะ

เป็นคำถามแบบปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมที่มีความเสี่ยงสูงของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะมีข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

5. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสังเคราะห์แบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง หลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาและตรวจสอบ ทั้งให้คำแนะนำแล้ว จึงนำไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

## การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อบัญชีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด คือ สลากออมทรัพย์มีเงินรางวัลสูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราผลตอบแทนหน้าสลากออมทรัพย์สูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ค้นหาข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น โฆษณา โทรทัศน์ วิทยุ Website Social Media ซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐเพราะมีความน่าเชื่อถือ ความเสี่ยงต่ำ และจะแนะนำคนใกล้ชิดซื้อสลากออมทรัพย์ ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ มีการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ โดยให้ความสำคัญในการใช้กระบวนการตัดสินใจมาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณา เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในด้านหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ เปรียบเทียบดอกเบี้ยและเงินรางวัล พิจารณาความเสี่ยง และหลังการซื้อก็มีความคิดที่จะมีการแนะนำคนใกล้ชิดมาซื้อสลากออมทรัพย์เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) อังไฉ ศรัณย์ ทันทานนท์ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้นิยามว่า ความตั้งใจซื้อ เป็นสภาวะที่บุคคลมีความตั้งใจ ที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ โดยการตั้งใจดังกล่าวเกิดจากการผ่านกระบวนการประเมินตามขั้นตอน ตามลำดับ ดังนี้ 1) การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem/Need Recognition) สภาวะที่มาจากสิ่งที่ต้องการ (Needs) ส่งผลจากแรงกระตุ้น 2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) หากเกิดความต้องการบริโภคผู้ซื้อสินค้า และบริการจะทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่สามารถหาได้ เพื่อนำมาพิจารณาในการเลือก 3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นวิธีเปรียบเทียบชนิด สินค้า ยี่ห้อ รูปแบบ ราคา ประโยชน์ เป็นต้น 4) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) วิธีพิจารณาชอบหรือไม่ ชอบสินค้าและบริการหลังการขาย เพื่อเปรียบเทียบว่าตรงตามความคาดหวังจากผู้บริโภคหรือไม่ ถ้าผู้บริโภคพอใจก็สามารถบอกต่อหรือซื้อซ้ำได้ แต่ถ้าหากผู้บริโภคไม่พึงพอใจจะทำให้เสียผู้บริโภคให้คู่แข่งได้

2. ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐ ไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ไม่ว่าจะมีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เท่าไหร่ ความต้องการที่จะซื้อสลากออมทรัพย์อาจเกิดขึ้นได้กับทุกคน ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) อังไฉ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์ โดยถือ เกณฑ์เช่น เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา ยุคสมัย อายุ ขั้นตอนในวัฏจักร

ชีวิตครอบครัว (Armstrong, 2015) หรือเป็นการแบ่งส่วนตลาดตามขนาด โครงสร้างและการกระจายของประชากร การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่อาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับรูปแบบหรืออายุสลากออมทรัพย์ เพราะจุดประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ อาจจะซื้อเพื่อ การออมในระยะยาวอยู่แล้ว และข้อคำถามที่ว่า เป็นหลักคำประกันสินเชื่อเงินกู้กับธนาคาร เนื่องจากวงเงินกู้ที่นำสลากออมทรัพย์มาค้ำประกันไม่ได้สูง อาจจะไม่มีผลกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิพร บุญชู (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลลัพธ์หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์, มีคุณภาพตามที่ต้องการ, มีคุณภาพเชื่อถือได้, มีข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า, ความสะดวกในการค้นหา และเลือกสินค้า ตลอดจน มีการค้นหาได้ง่าย

3.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ไม่ได้สนใจเรื่องราคาสลากออมทรัพย์มากนัก เนื่องจากอาจจะคิดว่าการซื้อสลากออมทรัพย์เป็นการนำเงินมาฝากกับธนาคารคล้ายฝากประจำอยู่แล้ว ซึ่งเงินต้นยังคงเดิม และยังได้ลุ้นรางวัลในทุกเดือนตลอดอายุสลากออมทรัพย์อีกด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิพร บุญชู (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ด้านราคา หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็ตัดสินใจซื้อโดยสินค้าและบริการอาจจะมีราคาสูงกว่าการซื้อในรูปแบบอื่น มีความหลากหลายของวิธีชำระเงิน ตลอดจนมีการเรียกเก็บเงินตามจำนวนจริงที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ สินค้าบอกราคาที่ชัดเจนและถูกต้อง และราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

3.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า

ว่า ประชากรส่วนใหญ่อาจจะรับทราบช่องทางในการซื้อสลากออมทรัพย์อยู่แล้วว่าปัจจุบันมีไม่กี่ช่องทางคือหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร และผ่าน Mobile Banking ซึ่งเป็นช่องทางที่ยอมรับได้ จึงไม่มีผลในการตัดสินใจซื้อซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2555) อังใน ทัดเทพ พบครุฑ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการซื้อสถานะในอุดมคติมีอิทธิพลต่อส่วนประสมการตลาดของบ้านจัดสรรราคาระดับ Main Class ในเขตจังหวัดชลบุรี การจัดทำนาย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้งและการเคลื่อนย้ายสินค้า การกำหนดทำเลที่ตั้งเพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยต้องสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้แก่ลูกค้าในกรณีธุรกิจประเภทโรงแรม อาจให้ความสำคัญในเรื่องของที่พัก ใกล้แหล่งชุมชน ใกล้สถานีรถประจำทางเพื่อความสะดวกในการเดินทาง ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าเพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย เป็นต้น

3.4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เรื่องการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ อาจจะยังไม่น่าสนใจพอที่จะมีผลในการตัดสินใจซื้อ ปัจจุบันอาจจะให้ความสำคัญในการบอกต่อ หรือการรับรู้ข่าวสารมาจากคนใกล้ชิดมากกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) อังใน ศรีณย์ ทันทานนท์ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ กิจกรรมกลยุทธ์ในการมุ่งเน้นการโฆษณาและสร้างความรู้สึกลงใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มสิ่งสนใจในสินค้าหรือบริการ เช่น การแจกโปรโมชั่น ส่วนลด และของแถม การจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล การจัดกิจกรรม การสร้างความตื่นตัวให้กับผู้บริโภคผ่านโฆษณา และการใช้บุคคลสื่อสารในการขายสินค้า เป็นต้น

3.5 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ เช่น หาข้อมูลมาเพื่อเปรียบเทียบดอกเบี้ยหน้าสลากออมทรัพย์ของแต่ละธนาคาร เปรียบเทียบเงินรางวัล เปรียบเทียบโอกาสที่จะถูกรางวัลใหญ่ เป็นต้น และหนึ่งในแหล่งของข้อมูลคือ พนักงาน หรือบุคลากรที่ทำหน้าที่เสนอขาย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ว่า จะซื้อหรือไม่ซื้อ หากพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างดี มีประสบการณ์ มีความสามารถ มีทักษะการขายที่ดีอาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจในการซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2555) อังใน ทัดเทพ พบครุฑ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการซื้อสถานะในอุดมคติมีอิทธิพลต่อส่วนประสมการตลาดของบ้านจัดสรรราคาระดับ Main Class ในเขตจังหวัดชลบุรี บุคลากร (People) ต้องผ่านการ

คัดสรรตามขั้นตอนการฝึกฝนอบรมเพื่อที่จะให้สามารถสร้างความประทับใจต่อลูกค้าและทำให้รู้สึก  
คุ้มค่าในการรับบริการ บุคลากรต้องมีความชำนาญในสายงานของตน สามารถตอบสนองความต้องการ  
และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

3.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
สลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า  
ประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริการและขั้นตอนทำธุรกรรมที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ  
เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า เช่น ขั้นตอนในการซื้อสลากออมทรัพย์ตามช่องทางต่างๆ ที่  
สะดวก ขั้นตอนซื้อไม่ยุ่งยาก การบริหารจัดการการรอคิวของลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็น  
เหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธรรีธร ธีรขวัญ  
โรจน์ (2561) อ่างใน ศรัณย์ ทันตานนท์ (2565) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลาก  
ดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี กระบวนการ  
(Process) เป็นการจัดการกระบวนการทางธุรกิจเพื่อบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ ให้มีความแม่นยำ  
ฉับไว ทำให้ลูกค้าประทับใจ

3.7 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
สลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า  
ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีส่วนสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการตัดสินใจที่จะนำเงิน  
ของตัวเองไปฝากไว้เป็นระยะเวลาหนึ่งกับธนาคาร และถ้าภายในตัวอาคาร สาขา หรือจุดบริการ มี  
บรรยากาศที่สวยงาม ทันสมัย และสะอาด ก็ยิ่งสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้าอยากเข้าไป  
รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธรรีธร ธีรขวัญโรจน์ (2561) อ่างใน ศรัณย์ ทันตานนท์ (2565)  
ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์  
การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and  
Presentation) คือ วัสดุทัศนที่สร้างความไว้วางใจและเป็นสมรรถนะในตลาด เป็นการแสดงลักษณะทาง  
กายภาพ ตลอดจนนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมต่อลูกค้า เช่น โลโก้ ตราสัญลักษณ์ หรือสถานที่ที่สื่อ  
ความหมายของธุรกิจ

## ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านบุคลากร จากการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีผลต่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการฝึกอบรมบุคลากรหรือพนักงานเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้คำแนะนำด้านผลิตภัณฑ์และช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างตรงจุดทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ได้รวดเร็วหรือง่ายขึ้น และควรจัดหาพนักงานให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์

2. ด้านกระบวนการให้บริการ จากการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการในการซื้อสลากออมทรัพย์ให้ขั้นตอนรวดเร็วสะดวกและง่ายขึ้น โดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น พัฒนาขั้นตอนการเปิดบัญชีซื้อสลากออมทรัพย์ และการไถ่ถอนสลากออมทรัพย์ผ่าน Mobile Banking การมีระบบแจ้งเตือนการถูกรางวัลสลากออมทรัพย์ผ่าน Mobile banking และผ่าน Line หรือกรณีที่ถูกรางวัลใหญ่อาจจะให้มีพนักงานโทรแสดงความยินดีกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้ายิ่งขึ้น

3. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ที่ออกโดยธนาคารของรัฐของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการรักษาความสะอาด สร้างบรรยากาศที่ดีและสวยงามให้กับสาขา และจุดให้บริการของธนาคาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและดูน่าเชื่อถือให้กับองค์กร และธนาคารควรมีพื้นที่ที่เหมาะสมในการรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการของแต่ละสาขา โดยอาจจะวิเคราะห์จากจำนวนกลุ่มลูกค้าของธนาคารที่อาศัยอยู่บริเวณพื้นที่นั้นมีมากน้อยแค่ไหน เพื่อเป็นตัวกำหนดการขยายพื้นที่ของสาขา ทั้งพื้นที่ให้บริการภายในตัวอาคาร และพื้นที่จอดรถข้างนอกควรเพียงพอต่อลูกค้าที่มาใช้บริการเช่นกัน

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรที่ต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาประชากรที่อยู่ในภูมิภาคต่างๆด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูล

ที่หลากหลาย และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรที่ซื้อสลากออมทรัพย์ อาจจะมีแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ก็เป็นได้

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม ที่อาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ เช่น พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า ปัจจัยด้านการจรรยาบรรณที่ดีต่อธนาคาร ปัจจัยด้านความพึงพอใจ เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลในมิติต่าง ๆ มาวิเคราะห์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ อาจขยายฐานลูกค้าได้ในอนาคต และส่งผลให้ธนาคารมีผลประกอบการที่ดีขึ้น

3. ควรเพิ่มเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสื่อสารสองทาง เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเสนอแนะ ปัญหา รับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าโดยตรง ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจและตีความข้อมูลได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น เป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

กิตติยา ปั่นกลาง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า

ธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

ทัตเทพ พบครุฑ. (2565). ปัจจัยการซื้อสถานะในอุดมคติมีอิทธิพลต่อส่วนประสมการตลาดของบ้าน

จัดสรรราคาระดับ Main Class ในเขตจังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา

พิตติยานัน แสงทอง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขต

กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศรัณย์ ทันทานนท์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารเพื่อการเกษตร และ

สหกรณ์การเกษตรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่ เขต

อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร

**Armstrong, G., & Kotler, P. . (2015). Marketing and introduction. (6th ed.). New Jersey:**

**Pearson Education.**

**Taro Yamane. (1973). Statistics: an introductory analysis . New York: New York: Harper & Row.**